

Befragung von deutschen Küchenfachhändlern

Haier Umfrage: Küchenfachhändler wollen selektive Auswahl bieten statt einem großen Sortiment

München, 29. August 2022 – In einer aktuellen Umfrage hat Haier, die weltweite Nummer 1 aller Haushaltsgroßgerätemarken, über 100 deutsche Küchenfachhändler zu den Themen Einbaugeräte und Produktstrategie sowie Serviceorientierung und Marketingaktivitäten befragt. Ein klarer Trend zeichnet sich dabei ab: Der Handel will mit überzeugendem Preis-Leistungs-Verhältnis und einem verlässlichen Kundendienst überzeugt werden.

Seit 2006 auf dem deutschen Markt vertreten, verfolgt Haier ein klares Ziel: sich in den Top 3 der europäischen Haus- und Elektrogerätehersteller zu etablieren. Dabei spielt hierzulande der spezialisierte Küchenfachhandel eine zentrale Rolle. Deshalb startete Haier eine Umfrage: Welche Vorstellungen und Ansprüche haben Fachhändler in einem Umfeld, das sich derzeit sehr dynamisch zeigt? Starke Nachfrage, angespannte Verfügbarkeitssituation und Mitarbeitermangel bestimmen den Takt – wie überzeugt ein Unternehmen den Fachhandel, eine zusätzliche Marke ins Portfolio aufzunehmen?

Befragt wurden mehr als 100 deutsche mittelständische Küchenfachhändler, von denen die Mehrheit zwischen 6 und 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verzeichnen und von denen zwei Drittel auf einer Fläche von weniger als 500 Quadratmetern ausstellen. Ein wichtiger Fakt: 46 Prozent gaben an, mit vier bis fünf Marken im Bereich Elektrogeräte zu arbeiten. Kunden erhalten hier eine erlesene Auswahl, die versucht, sowohl den individuellen Ansprüchen als auch den finanziellen Möglichkeiten gerecht zu werden – ohne gleichzeitig zu überwältigen.

60 Prozent der Händler bevorzugen Multi-Brand-Unternehmen

Exklusiven Produktlinien sind die Händler dabei nicht abgeneigt, der Präsentation von freistehenden Geräten jedoch schon: Mehr als 70 Prozent lehnen diese aufgrund ihrer vorwiegend überschaubaren Ausstellungsflächen ab. Der Mehrheit der Händler ist es auch deshalb besonders wichtig, mit Lieferanten

zusammenzuarbeiten, die ein breit aufgestelltes, im besten Fall sogar ein Multi-Marken-Portfolio aufweisen.

Zukunftsweisend: Vernetzte Produkte, die mit dem Internet of Things (IoT) punkten, werden auch in deutschen Studios immer häufiger nachgefragt: Rund 40 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre Kundschaft aktiv nach vernetzten Geräten sucht. Damit gewinnt das Herausstellungsmerkmal Konnektivität zusehends an Bedeutung – kaum überraschend, gehören smarte Haushaltsgeräte in innovativen Märkten, wie beispielsweise China und Japan, bereits zum Alltag.

Neuer Anbieter? Wenn das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt!

Wenige Ansprechpartner, dafür ein regelmäßiger, am liebsten quartalsweiser Austausch mit den Außendienstmitarbeitern – so wünschen sich die Händler die Zusammenarbeit mit ihren Lieferfirmen. Dies spielt besonders dem Gros der Händler mit kleinerem Mitarbeiterstamm in die Hände. Sie können dadurch ihrer Kundschaft eine zufriedenstellende Auswahl bieten, ohne parallel eine Vielzahl von Marken und Ansprechpartnern zu betreuen. Gut zu wissen: Ganze 86 Prozent der Befragten sind offen für neue Lieferanten, ungeachtet der aktuellen Lage.

Wichtigster Faktor, einen neuen Anbieter aufzunehmen, ist in dieser Hinsicht mit großem Vorsprung ein überzeugendes Preis-Leistungs-Verhältnis – dahinter folgen die Faktoren Kundendienst und Lieferfähigkeit.

Eine gute Kombination: persönliche Empfehlung und guter Kundendienst

Weiterhin wichtig sind verständliche Aussagen – schließlich entscheiden sich mehr als 56 Prozent der Kundschaft aufgrund von Empfehlung für ein Produkt, gefolgt von Internetrecherche (43 Prozent) und Flyerwerbung (33 Prozent). Das persönliche Gespräch zählt immer noch am meisten auf einen Kaufabschluss ein. Nichtsdestotrotz – der Kundenservice des Lieferanten muss eine zeitnahe Terminvergabe, gute Erreichbarkeit und vertrauenswürdige Aussagen zu Bestell- und Lieferstatus von Ersatzteilen bieten, um Fachhändler und Endkunden zu überzeugen.

Haier steht damit einem erfolgreichen Einzug in den deutschen Küchenfachhandel nichts mehr im Wege. „Wir sind mit unseren Brands Haier und Hoover optimal aufgestellt und können die unterschiedlichsten Kundenbedürfnisse problemlos abdecken“, sagt Thomas Wittling, Geschäftsführer Haier Germany. „Die neue Einbaugeräte-Range von Haier ist dabei besonders fortschrittlich mit innovativen

IoT-Elementen ausgestattet. Liegt der Fokus für viele heute vorrangig auf Design, überzeugen wir mit zukunftsfähiger, innovativer Technik, die den Alltag eines jeden Nutzers erleichtert.“

Über Haier Germany

Haier Germany ist Teil von Haier Smart Home, der weltweiten Nummer 1* im Bereich Großgeräte. Mit seinem Bekenntnis zu qualitativ hochwertigen und zuverlässigen Produkten bringt Haier das inspirierte Wohnerlebnis in über 160 Ländern weltweit zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern. Haier Smart Home verfügt über 14 Forschungs- und Entwicklungszentren sowie 25 Industrieparks auf fünf Kontinenten und beschäftigt weltweit etwa 100.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der weltweite Umsatz von Haier Smart Home belief sich im Jahr 2021 auf 33 Mrd. Euro.

Haier Smart Home war das erste chinesische Unternehmen, das im Oktober 2018 in den D-Aktienmarkt der China Europe International Exchange (CEINEX D-Aktienmarkt) in Frankfurt eintrat. Ziel des Unternehmens ist es zum führenden Anbieter für Smart-Home-Produkte und -Services zu werden sowie das Unternehmenswachstum international und in Europa zu unterstützen, wo Produkte der Marken Candy, Hoover, Haier, Rosières, GE Appliances und Fisher&Paykel vermarktet werden. Haier Germany hat seinen Firmensitz in München, Hauptsitz von Haier Europe ist Brugherio (MB), Italien.

Weitere Informationen finden Sie auf: www.haier.de

* Quelle: Euromonitor International Limited; Consumer Appliances 2021, % share of units, 2020 volume sales data

Weitere Informationen / Pressekontakt:

Für weitere Fragen, Informationen oder Bilddaten stehen Ihnen die Haier Deutschland GmbH oder unsere Kommunikationsagentur zur Verfügung:

Haier Deutschland GmbH
Presseabteilung, Konrad-Zuse-Platz 6, 81829 München
E-Mail: presse@haier.de

GOOS COMMUNICATION GmbH & Co. KG
Frau Julia Nikschick, Geibelstraße 46a, 22303 Hamburg
Telefon 040 284178-25
E-Mail: haier@goos-communication.com

Bildunterschrift/Shortcut

In einer aktuellen Umfrage hat Haier, die weltweite Nummer 1 aller Haushaltsgroßgerätemarken, über 100 deutsche Küchenfachhändler zu den Themen Einbaugeräte und Produktstrategie sowie Serviceorientierung und Marketingaktivitäten befragt. Ein klarer Trend zeichnet sich dabei ab: Der Handel will mit überzeugendem Preis-Leistungs-Verhältnis und einem verlässlichen Kundendienst überzeugt werden.

Bildübersicht



Headquarter Haier Germany in München



Thomas Wittling, CEO DACH